System Engineering and Productivity/ 2024/ Vol.4/ No.2/ 75-92

System Engineering and Productivity

DOI: 10.22034/msb.2024.2032004.1216

Identifying the Dimensions and Components of Entrepreneurship with a Social Responsibility Approach in the General Directorate of Education

Fatemeh Sadat Keyvani Shahri[1], Davood Kaveh[2*], Mohammad Karimi[2], Ahmad Zendehdel[3]

[1] Ph.D. Student, Department of Educational Management, Neyshabur Branch, Islamic Azad University, Neyshabur, Iran

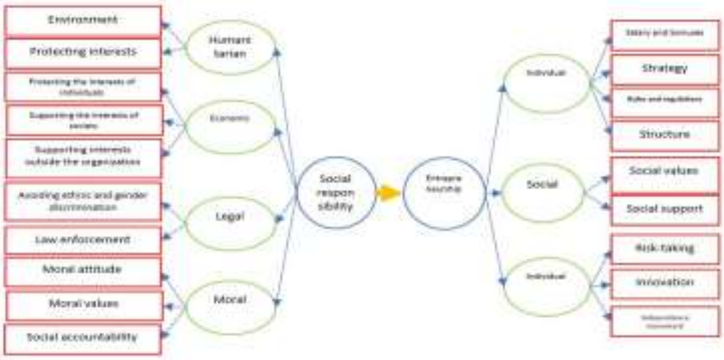
[2] Assistant Professor, Department of Educational Management, Neyshabur Branch, Islamic Azad University, Neyshabur, Iran

[3] Assistant Professor, Department of Mathematics and Statistics, Neyshabur Branch, Islamic Azad University, Neyshabur, Iran

HIGHLIGHTS

- The aim of this research is to identify the dimensions and components of entrepreneurship with a social responsibility approach in the General Directorate of Education of Khorasan Razavi.
- In the qualitative section, the dimensions and components of the entrepreneurship model with a social responsibility approach were identified and tested in the quantitative section.

GRAPHICAL ABSTRACT



ARTICLE INFO

Article history:
Article Type: Research paper
Received: 27 August 2023
Received in revised form: 8 March 2024
Accepted: 4 June 2024
Available Online: 21 September 2024

*Correspondence:
d.kaveh@iau-neyshabur.ac.ir

How to cite this article:
Gheysarieh. S., Bagherinejad. J., Shoeib. M. (2024). Evacuation Planning with optimal location of shelters during an accident by prioritizing affected people based on physical condition: a case study in District 6 of Tehran. *Journal of System Engineering and Productivity*, 4(2), 75-92.

Keywords:
Entrepreneurship
Social responsibility
Social entrepreneurship
General Directorate of Education

ABSTRACT

The aim of this research is to identify the dimensions and components of entrepreneurship with a social responsibility approach in the General Directorate of Education of Khorasan Razavi. The research was conducted using a descriptive and mixed method. In the qualitative part, the dimensions and components of the entrepreneurship model with a social responsibility approach were identified and tested in the quantitative part. The statistical population of the qualitative part included 52 experts who were selected using a purposive sampling method. The statistical population of the quantitative part included all staff members of the General Directorate of Education of Khorasan Razavi (350 people), of whom 186 people were selected using a simple random sampling method based on the Morgan table. In the qualitative part, the initial model was extracted by studying theoretical foundations and literature, and the components were refined using the fuzzy Delphi method and the final model was designed. In the quantitative part, the model was tested using structural equation modeling in the Smart PLS software. Qualitative results showed that entrepreneurship has dimensions (individual, organizational, social) and components (innovation, risk-taking, independence, structure, strategy, rights and rewards, laws and regulations, social support, social values). Social responsibility has dimensions (ethical, economic, legal, humanitarian) and components (ethical values, accountability, attitude, organizational interests, individual interests, community interests, law enforcement, non-discrimination, environment, resource conservation). Quantitative results showed that the most important component of entrepreneurship was the social dimension with a factor load of 0.928, followed by the organizational dimension of 0.898 and the individual dimension of 0.884. In social responsibility, the economic dimension has the greatest impact with 0.628. Modeling showed that social responsibility has an impact on the development of entrepreneurship at a rate of 62 percent; therefore, officials should explain social responsibility to teachers and employees

Publisher: University of Eyvanekey

مهندسی سیستم و بهره‌وری/ سال ۱۴۰۳/ دوره ۴/ شماره ۲/ صفحه ۷۵-۹۲

نشریه مهندسی سیستم و بهره‌وری

DOI: 10.22034/msb.2024.2032004.1216

شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی با رویکرد مسئولیت اجتماعی در اداره کل آموزش‌وپرورش

فاطمه‌سادات کیوانی‌شهری[1]، داوود کاوه[2*]، محمد کریمی[2]، احمد زنده‌دل[3]

[1] دانشجوی‌دکتری، گروه مدیریت‌آموزشی، واحد نیشابور، دانشگاه‌آزاد اسلامی، نیشابور، ایران

[2] استادیار گروه مدیریت آموزشی، واحد نیشابور، دانشگاه آزاد اسلامی، نیشابور، ایران

[3] استادیار، گروه ریاضی و آمار، واحد نیشابور، دانشگاه آزاد اسلامی، نیشابور، ایران

چکیده گرافیکی



برجسته‌ها

- هدف این تحقیق شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی با رویکرد مسئولیت اجتماعی در اداره کل آموزش‌وپرورش خراسان رضوی است.
- در بخش کیفی، ابعاد و مؤلفه‌های الگوی کارآفرینی با رویکرد مسئولیت اجتماعی شناسایی و در بخش کمی آزمون شدند.

چکیده

هدف این تحقیق شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی با رویکرد مسئولیت اجتماعی در اداره کل آموزش‌وپرورش خراسان رضوی است. پژوهش به روش توصیفی و ترکیبی انجام شد. در بخش کیفی، ابعاد و مؤلفه‌های الگوی کارآفرینی با رویکرد مسئولیت اجتماعی شناسایی و در بخش کمی آزمون شدند. جامعه آماری بخش کیفی شامل ۵۲ خبره بود که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. جامعه آماری بخش کمی شامل کلیه کارکنان ستادی اداره کل آموزش‌وپرورش خراسان رضوی (۳۵۰ نفر) بود که بر اساس جدول مورگان، ۱۸۶ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. در بخش کیفی، الگوی اولیه با مطالعه مبانی نظری و ادبیات استخراج و مؤلفه‌ها با روش دلفی فازی پالایش و الگوی نهایی طراحی شد. در بخش کمی، الگو با مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار Smart PLS آزمون شد. نتایج کیفی نشان داد کارآفرینی دارای ابعاد (فردی، سازمانی، اجتماعی) و مؤلفه‌های (نوآوری، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی، ساختار، استراتژی، حقوق و پاداش، قوانین و مقررات، حمایت اجتماعی، ارزش‌های اجتماعی) است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارای ابعاد (اخلاقی، اقتصادی، قانونی، بشردوستانه) و مؤلفه‌های (ارزش‌های اخلاقی، پاسخگویی، نگرش، منافع سازمان، منافع افراد، منافع جامعه، اجرای قانون، پرهیز از تبعیض، محیط‌زیست، حفظ منابع) است. نتایج کمی نشان داد مهم‌ترین مؤلفه کارآفرینی بعد اجتماعی با بار عاملی ۰/۹۲۸ و سپس بعد سازمانی ۰/۸۹۸ و بعد فردی ۰/۸۸۴ قرار داشت. در مسئولیت اجتماعی، بعد اقتصادی با ۰/۶۲۸ بیشترین تأثیر را دارد. مدل‌سازی نشان داد مسئولیت اجتماعی با نرخ ۶۲ درصد بر توسعه کارآفرینی تأثیرگذار است؛ بنابراین، مسئولین باید مسئولیت‌پذیری اجتماعی را برای معلمان و کارکنان تبیین کنند.

مشخصات مقاله

تاریخچه مقاله:

نوع مقاله: پژوهشی

دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۰۵

بازنگری: ۱۴۰۲/۱۲/۱۸

پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۱۵

ارائه برخط: ۱۴۰۳/۰۶/۳۱

*نویسنده مسئول:

d.kaveh@iau-neyshabur.ac.ir

کلیدواژه‌ها:

کارآفرینی

مسئولیت اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی

اداره کل آموزش‌وپرورش

۱- مقدمه

درحالی‌که نابرابری اقتصادی بین کشورها تا حدی کاهش‌یافته است، نابرابری در اکثر کشورها و بین مردم آن‌ها افزایش‌یافته است. هرچه شکاف بین یک اقلیت ثروتمند و اکثریت فقیر بیشتر باشد، مشکلات اجتماعی افزایش می‌یابد، شکاف‌ها تشدید می‌شود، توسعه اقتصادی و اجتماعی کند می‌گردد و انسجام اجتماعی تضعیف می‌شود (Leitão et al,. 2024). به همین خاطر، امروزه توجه زیادی به توسعه کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان یک رسالت اجتماعی و بشردوستانه و یکی از راهکارهای رفع برخی مشکلات و آسیب‌های اجتماعی معطوف شده است (Moradzadeh et al., 2024). کارآفرینی اجتماعی که با قصد یا وعده حل یک مشکل اجتماعی مشخص می‌شود (Leitão et al,. 2024). چندین نیاز اجتماعی را برآورده کرده است (Diaz-Sarachaga & Ariza-Montes, 2022). کارآفرینی اجتماعی با آشوکا، سازمانی پیشگام که در سال ۱۹۸۰ برای حمایت از کارآفرینان اجتماعی راه‌اندازی شد، مرتبط است. آشوکا بر پیگیری راه‌حل‌های تغییر سیستم برای رویارویی با مشکلات جهانی متمرکز است که ناشی از کمبود پاسخ‌های مؤثر دولت‌ها به شکاف‌های اجتماعی برآورده نشده است. ظهور کارآفرینی اجتماعی با ناتوانی فزاینده دولت‌ها و بخش عمومی در برآوردن نیازها و چالش‌های رفاه اجتماعی فزاینده‌ای هم‌زمان شده است (Klarin& Suseno, 2023). کارآفرینی اجتماعی یک ابزار سیاستی مهم برای رسیدگی به مشکلات اجتماعی و زیست‌محیطی است (Chandra et al,. 2021). در دهه‌های اخیر، تلاش‌های محققان برای پیشبرد تحقیقات در مورد کارآفرینی اجتماعی که برابری و فراگیری را با پیشبرد نوآوری اجتماعی ترویج می‌کند، به‌طور چشمگیری افزایش یافته است. از این منظر، کارآفرینی اجتماعی برای مقابله با چالش‌های بزرگ نقش اساسی داشته است و با ایجاد تعادل مجدد در قدرت‌های اجتماعی و اقتصادی تغییرات نهادی را در جامعه دنبال می‌کند و درنهایت، به کاهش فقر کمک می‌کنند (Sottini et al,. 2024). کارآفرینی اجتماعی چشم‌انداز بلندمدت شرکت‌های اجتماعی را متمایز می‌کند که به دنبال تعبیه ارزش‌های اجتماعی در سازمان‌های خود هستند (Douglas & Prentice, 2019). علاوه بر این، کارآفرینی اجتماعی حوزه عمومی و خصوصی را با بسیج منابع خصوصی برای تأمین رفاه عمومی به هم متصل می‌کند (Chandra et al,. 2021). این تمایل به ارائه خیر اجتماعی به دیگران به‌عنوان «نگرش اجتماعی» شناخته می‌شود (Diaz-Sarachaga & Ariza-Montes, 2022). کارآفرینان اجتماعی سازمان‌ها یا جنبش‌هایی را ایجاد می‌کنند و اقداماتی را برای مقابله با مشکلات اجتماعی به‌عنوان مأموریت اصلی خود انجام می‌دهند (Klarin & Suseno, 2023). گرچه ایده‌ها و اقدامات کارآفرینانه برای دستیابی به منافع اجتماعی و اقتصادی جدید نیستند، تحقیقات دانشگاهی در مورد این موضوع اخیراً در دهه گذشته موردتوجه قرار گرفته است (Moradzadeh et al,. 2024). مسئولیت اجتماعی و کارآفرینی را می‌توان در یک مفهوم واحد به نام "کارآفرینی مسئولیت اجتماعی شرکتی" (CSRE) مشاهده کرد که دو جنبه را باهم ترکیب می‌کند: ویژگی‌های رفتاری شخصی کارآفرینان و آگاهی از اینکه مسئولیت اجتماعی باید در مدل‌های کسب‌وکار آن‌ها اعمال شود (Gallardo et al,. 2023). برخی دیدگاه‌ها نشان می‌دهد که کارآفرینی پایدار و مسئولیت اجتماعی بر سه مؤلفه اصلی سه‌گانه پایداری متمرکز است: مردم، سیاره و سود. این دیدگاه‌ها شرکت‌ها را تشویق می‌کنند تا استراتژی‌هایی را بپذیرند که عملکرد مالی، محیط‌زیست و جامعه را متعادل می‌کند. در این راستا، گنجاندن شیوه‌های کارآفرینی پایدار و مسئولیت اجتماعی در عملیات تجاری، کسب‌وکارها را قادر می‌سازد تا ضمن بهبود رقابت، جذب و حفظ مشتریان و ایجاد ارزش بلندمدت برای همه ذینفعان، به جامعه و محیط‌زیست کمک کنند (Epure, 2022؛ Latapí Agudelo et al,. 2019؛ Kraus et al,. 2018). بااین‌وجود، تحقیقات موجود به‌طور کامل تمام جریان‌های تحقیقاتی، نحوه تعامل آن‌ها با یکدیگر و توسعه دانش بالقوه آن‌ها را نشان نداده است (Rosário & Figueiredo, 2024). یکی از تأثیرگذارترین سازمان‌های امروزی در کشورهای درحال‌توسعه، مراکز آموزشی هستند. پرداختن به مقوله مسئولیت‌پذیری اجتماعی نه‌تنها برای سازمان‌های خدماتی و صنعتی، بلکه برای مراکز علمی و آموزشی نیز ثمربخش است. بنا بر تعریف واژه‌نامه دانشگاهی وبستر، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی، اداره و تقبل کند. کارآفرینی عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه‌ای منحصربه‌فرد از منابع به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها.

باوجود تمام تفاوت‌ها در تعاریف، تقریباً همگی بر نوآور بودن، تصمیم گیر بودن، متعهد بودن و مخاطره پذیر بودن کارآفرین اتفاق‌نظر دارند (Ebrahimi et al., 2012). بدون شک، اگر گروه‌ها و افراد، سازمان‌ها و مؤسسات مختلف جامعه، نسبت به اتفاقات، رویدادها و بحران‌های مختلف در سازمان خود را مسئول بدانند و هر یک در حوزه کاری و مسئولیت خویش در حل بحران تلاش کنند، بسیاری از مشکلات کاهش پیدا می‌کند و یک جامعه سالم و آرام به وجود خواهد آمد. ازاین‌رو، همیشه تلاش شده است که منافع در سازمان‌ها به‌گونه‌ای باشد که مردم، بیشتر از هزینه‌ای که پرداخت کرده‌اند از سازمان‌ها منتفع شوند و علاوه بر سود آفرینی، ارزش‌آفرینی هم داشته باشند. در چشم‌انداز آموزشی که به‌سرعت در حال تحول است، تلفیق کارآفرینی با رویکرد مسئولیت اجتماعی اهمیت فزاینده‌ای یافته است. اداره کل آموزش‌وپرورش نقش حیاتی در تقویت فرهنگ نوآوری و پاسخگویی میان معلمان و کارکنان اداری ایفا می‌کند. بااین‌حال، شکاف قابل‌توجهی در درک ابعاد و مؤلفه‌های خاصی که یک الگوی کارآفرینی مؤثر با رویکرد مسئولیت اجتماعی را در این زمینه تشکیل می‌دهد، وجود دارد. درحالی‌که تحقیقات قبلی بر اهمیت فعالیت‌های کارآفرینانه در آموزش و نیاز به شیوه‌های مسئولانه اجتماعی تأکید کرده‌اند، اما چارچوب‌های جامع که این دو جنبه را ترکیب کنند، به‌ندرت موردبررسی قرار گرفته‌اند. فقدان چنین چارچوب‌هایی توانایی نهادهای آموزشی را برای پیاده‌سازی و ترویج سیستماتیک این اصول محدود می‌کند و در نتیجه، فرصت‌های بهبود سازمانی، افزایش مشارکت معلمان و کارکنان و تأثیر کلی بر جامعه از دست می‌رود. کارآفرینی اجتماعی در سازمان آموزش‌وپرورش می‌تواند تأثیرات مثبتی داشته باشد، ازجمله بهبود کیفیت خدمات آموزشی و ارتقاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی در میان کارکنان. این رویکرد به کاهش نابرابری‌های آموزشی از طریق توسعه برنامه‌ها و پروژه‌های ویژه کمک می‌کند و ارتباط میان مدارس و جامعه محلی را تقویت می‌نماید. علاوه بر این، کارآفرینی اجتماعی می‌تواند منابع مالی و حمایت‌های خارجی جذب کند و فرصت‌های توسعه حرفه‌ای برای معلمان و کارکنان فراهم آورد. درنهایت، تشویق به کارآفرینی اجتماعی فرهنگ نوآوری و خلاقیت را در سازمان آموزش‌وپرورش تقویت می‌کند و به پذیرش و اجرای ایده‌های جدید در فرآیند آموزشی کمک می‌نماید.

با توجه به این موضوع، این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که مدل کارآفرینی با رویکرد مسئولیت اجتماعی در اداره کل آموزش‌وپرورش خراسان رضوی چیست. این مطالعه تلاش دارد تا با شناسایی و تحلیل ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی، مدل جامعی ارائه دهد که بتواند به بهبود سیاست‌ها و استراتژی‌های آموزشی کمک کند و به مدیریت آموزشی مؤثرتر و مسئولانه‌تر منجر شود. کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان ایجاد ارزش مشترک در شرایط اجتماعی و محیطی فراتر از حداکثر کردن سود تعریف می‌شود که امکان رسیدگی به برخی مسائل کلیدی، از جمله، فقر، بیکاری، نابرابری‌های جنسیتی، طرد اجتماعی و حفاظت از محیط‌زیست را فراهم می‌آورد (Diaz-Sarachaga & Ariza-Montes, 2022). کارآفرینی اجتماعی نشان‌دهنده نیاز به ترویج تغییرات مثبت در مشکلات اجتماعی است. این تحولات اجتماعی در پاسخ به مشکلات اجتماعی است که کارآفرینی اجتماعی را از کارآفرینان تجاری و سازمان‌های انتفاعی گسترده‌تر متمایز می‌کند؛ بنابراین کارآفرینی اجتماعی یک زمینه تحقیقاتی جدا از کارآفرینی است (Klarin& Suseno, 2023). سه «ستون اصلی» ادبیات کارآفرینی اجتماعی عبارت‌اند از: انگیزه اجتماعی، نوآوری و سودآوری (Douglas & Prentice, 2019). کارآفرینی اجتماعی نه‌تنها پدیده کسب‌وکار شرکت‌هایی است که از ابزارهای تجاری برای دستیابی به اهداف اجتماعی استفاده می‌کنند، بلکه یک پدیده سرمایه‌گذاری عمومی و خصوصی است که به‌موجب آن افراد منابع خصوصی را بسیج می‌کنند تا یک کالای عمومی ارائه کنند که با چالش‌های پایداری مقابله کند به اهداف شخصی می‌رسد (Chandra et al,. 2021). کارآفرینی اجتماعی از اصول کسب‌وکار برای ایجاد تأثیرات اجتماعی استفاده می‌کند که ارزش اجتماعی با استفاده از راه‌حل‌های نوآورانه‌ای که به منابع کمی نیاز دارند ایجاد می‌شود. خلق ارزش اجتماعی یک ویژگی متمایز بین شرکت‌های اجتماعی و تجاری است که دلالت بر انصاف، صداقت، نوع‌دوستی، آزادی و برابری دارد. دو نوع شرکت اجتماعی طبقه‌بندی شده است: در نوع اول شرکت به‌طور انحصاری بر دستیابی به اهداف اجتماعی متمرکز است، درحالی‌که در شرکت‌های نوع دوم، شرکت سودی را که برای اهداف اجتماعی تخصیص می‌یابد به حداکثر می‌رساند (Diaz-Sarachaga & Ariza-Montes, 2022)؛ بنابراین، برخلاف

کارآفرینی تجاری که اساساً سودجویی است، SE توسط یک مأموریت اجتماعی هدایت می‌شود، زیرا «برای اینکه SE معنای اقتصادی داشته باشد، باید به فضایی بپردازد که در آن سود ممکن تلقی شود، اما برای ایجاد انگیزه برای اقدام کارآفرینی کافی نیست، مگر اینکه باانگیزه‌های اخلاقی یا اجتماعی». این تأکید بر مأموریت دوگانه ایجاد ارزش اجتماعی درحالی‌که دنبال کردن یک ایده نوآورانه و سودآور برای انجام این کار است، SE را از کارآفرینی تجاری متمایز می‌کند (Kaushik et al., 2023).

۲- پیشینه پژوهش

در جدول **۱** پیشینه پژوهش ارائه‌شده است. پس از ارائه پیشینه‌ها، شکاف علمی پژوهش ارائه‌شده است.

با مرور پیشینه تحقیقاتی موجود، می‌توان به‌وضوح کمبودهای موجود در ادبیات علمی در زمینه کارآفرینی با رویکرد مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های آموزشی را شناسایی کرد. در ادامه، به برخی از این کمبودهای علمی اشاره می‌شود:

تمرکز پژوهش‌ها بر سازمان‌های آموزشی خاص: مطالعات موجود مانند تحقیق (Moradzadeh et al,. 2024) و (Roslan et al,. 2022) به بررسی کارآفرینی اجتماعی و مسئولیت اجتماعی در دانشگاه‌ها و شرکت‌ها پرداخته‌اند و مدل‌هایی برای این نهادها طراحی کرده‌اند. بااین‌حال، مطالعه خاصی که به تحلیل ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی با رویکرد مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های آموزشی عمومی مانند اداره کل آموزش‌وپرورش بپردازد، به چشم نمی‌خورد. این نیاز به پژوهش در زمینه سازمان‌های آموزشی غیر از دانشگاه‌ها و شرکت‌ها را برجسته می‌کند.

عدم توجه به زمینه‌های خاص سازمانی: بسیاری از تحقیقات، به‌ویژه (Kamaludin et al,. 2024) و (Chandra et al,. 2021)، چارچوب‌های مفهومی و مدل‌های کارآفرینی اجتماعی را به‌صورت کلی موردبررسی قرار داده‌اند، بدون توجه به نیازهای خاص و چالش‌های ویژه‌ای که در سازمان‌های آموزشی مانند اداره کل آموزش‌وپرورش وجود دارد. به‌عنوان‌مثال، ابعاد و مؤلفه‌های خاصی که برای این نوع سازمان‌ها ضروری است، به‌طور خاص تحلیل نشده‌اند.

تفاوت‌های فرهنگی و ساختاری: تحقیقاتی مانند تحقیق (Klarin & Suseno, 2023) و (Diaz-Sarachaga & Ariza-Montes, 2022) به تحلیل عمومی و جهانی کارآفرینی اجتماعی پرداخته‌اند و نتایج آن‌ها به‌تمامی سازمان‌ها تعمیم‌یافته است. بااین‌حال، نیاز به پژوهش‌هایی که به تفاوت‌های فرهنگی و ساختاری خاص سازمان‌های آموزشی در ایران، به‌ویژه اداره کل آموزش‌وپرورش، توجه کنند، همچنان احساس می‌شود.

عدم شفافیت در مدل‌های کاربردی و عملی: مطالعه‌های موجود مانند کارهای (Saghari et al,. 2018) و (Shamali et al,. 2018) به بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی در محیط‌های دانشگاهی و ورزشی پرداخته‌اند، ولی مدل‌های خاص و کاربردی که به‌طور ویژه برای اداره کل آموزش‌وپرورش طراحی‌شده باشند، کمتر موردتوجه قرار گرفته است. این موضوع نشان‌دهنده نیاز به توسعه مدل‌های کاربردی برای این نوع سازمان‌ها است.

پوشش ناقص ابعاد مسئولیت اجتماعی: پژوهش‌های (Rosário & Figueiredo, 2024) و (Mestre Ledian Valle et al,. 2021) به بررسی ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی پرداخته‌اند، اما بیشتر بر بخش‌های تجاری و صنعتی تمرکز کرده‌اند. لذا، مدل‌هایی که به‌طور ویژه به مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های آموزشی با توجه به جنبه‌های آموزشی، فرهنگی و اجتماعی توجه کنند، هنوز به‌طور کامل توسعه‌نیافته‌اند.

با توجه به این کمبودهای علمی، پژوهش حاضر به دنبال شناسایی و تحلیل ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی با رویکرد مسئولیت اجتماعی در اداره کل آموزش‌وپرورش است. این پژوهش قصد دارد تا با ارائه یک مدل جامع و کاربردی، به بهبود سیاست‌ها و استراتژی‌های آموزشی و ارتقاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی در این نهاد کمک کند و خلأهای موجود در ادبیات علمی را پر کند.

جدول (۱): پیشینه پژوهش

منبع	عنوان پژوهش	خلاصه نتایج

(Moradzadeh et al., 2024)	طراحی مدلی برای تبیین مسئولیت‌های اجتماعی دانشگاه‌ها با رویکرد کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌های استان خوزستان	نتایج نشان داد که ۳۶ مفهوم در رابطه با کارآفرینی اجتماعی و ۴۸ مفهوم مسئولیت اجتماعی به دست آمد. همچنین با بررسی روابط بین متغیرها و ارزیابی مدل مشخص شد که مدل به‌دست‌آمده نیز از برازش بسیار خوبی برخوردار است.
(Rosário & Figueiredo, 2024)	کارآفرینی پایدار و مسئولیت اجتماعی شرکت: تجزیه‌وتحلیل وضعیت تحقیق	از مرور ادبیات مبتنی بر اسکوپوس و با استفاده از پروتکل PRISMA، این کار را انجام دادند. بررسی آنان شامل ۶۹ مقاله منتشر شده در پایگاه داده اسکوپوس بود.
(Kamaludin et al., 2024)	کارآفرینی اجتماعی و پایداری: یک چارچوب مفهومی	چهار بعد کلیدی در کارآفرینی اجتماعی شد: اجتماعی، اقتصادی، رفتاری و حکمرانی.
(Leitão et al., 2024)	مفهوم‌سازی مجدد کارآفرینی فناوری اجتماعی: بررسی متون و دستور کار تحقیقی نظام‌مند	یک مرور ادبیات سیستماتیک از ۲۳۸ مطالعه بررسی‌شده در مورد کارآفرینی اجتماعی، فناوری و فناوری اجتماعی منتشر شده از ۱۹۸۸ تا ۳۱ دسامبر ۲۰۲۳ را توسعه داد.
(Kaushik et al., 2023)	به‌سوی درک دقیق کارآفرینی اجتماعی: یک دستور کار تحقیق و بررسی مبتنی بر یادگیری ماشینی-کتاب سنجی یکپارچه	آن‌ها روندهای کلیدی در ادبیات را رمزگشایی کردند و آن‌ها را به سه دسته کلی - ویژگی‌ها و انگیزه‌های فردی، اقدامات سازمانی و شرایط و توسعه‌سازمانی، با ۲۱ موضوع فرعی برای افزایش درک کارآفرینی اجتماعی، تفکیک کردند.
(Klarin & Suseno, 2023)	مروری بر ادبیات یکپارچه تحقیقات کارآفرینی اجتماعی: نگاشت ادبیات و مسیرهای تحقیقات آینده	نقشه‌برداری طبقه‌بندی از پنج خوشه را نشان می‌دهد: (الف) ماهیت کارآفرینی اجتماعی، (ب) پیامدهای سیاست و اشتغال در رابطه با کارآفرینی اجتماعی، (ج) کارآفرینی اجتماعی در جوامع و سلامت، (د) ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی اجتماعی و (ه) آموزش کارآفرینی اجتماعی.
(Diaz-Sarachaga & Ariza-Montes, 2022)	نقش کارآفرینی اجتماعی در دستیابی به اهداف توسعه پایدار	یک فرآیند دلفی سه دور توسط دو پانل متخصص برای شناسایی شاخص‌های SDG قابل‌اجرا در شرکت‌های اجتماعی به‌عنوان اجزای اصلی یک چارچوب سه‌لایه انجام شد که فاکتورهای وزنی آن با استفاده از روش بهترین-بدترین پس از توزیع پرسشنامه در میان به دست آمد.
(Roslan et al., 2022)	پژوهشی با عنوان کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی: چالش‌ها و فرصت‌ها	چهار چالش مواجه شده‌اند عبارت‌اند از: طراحی برنامه‌های درسی SE، مشکلات مالی و بودجه، کمبود متخصصان برای تدریس دروس SE و مسائل بازدارنده محیط اجتماعی و دانشگاهی
(Chandra et al,. 2021.)	منافع عمومی در مقابل منافع خصوصی در کارآفرینی اجتماعی: آیا می‌توان به دو استاد خدمت کرد؟	هم انگیزه خدمات عمومی و هم اخلاق پول تأثیر مستقیم و غیرمستقیم بر قصد مشارکت در کارآفرینی اجتماعی دارند. انگیزه خدمات عمومی یک پیش‌بینی قوی‌تر از نیت نسبت به اخلاق پول بود.
(Mestre et al,. 2021.)	تأثیر کارآفرینی اجتماعی بر عملکرد سازمان: نقش واسطه مسئولیت اجتماعی شرکت	نتایج به‌دست‌آمده تأثیر مثبت کارآفرینی اجتماعی بر عملکرد اقتصادی را تأیید می‌کند و وجود تأثیر واسطه‌ای شیوه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را نشان می‌دهد.

ادامه **جدول (۱)**.

منبع	عنوان پژوهش	خلاصه نتایج

(Shaikh, 2017)	بررسی آگاهی کارآفرینی و تأثیر آن بر قصد کارآفرینی در دانشجویان مدیریت	سطح آگاهی دانشجویان در خصوص توسعه کارآفرینی سازمانی بسیار اندک هست؛ و دانشجویان مدیریت با مهارت‌های لازم و دانش از محیط کسب‌وکار و جنبه‌های مختلف کسب‌وکار می‌توانند به این آگاهی برسند.
(Ebrahimi, 2022)	ارائه مدل کارآفرینی شرکتی بین‌المللی اپراتورهای تلفن همراه ایران	در بخش کیفی ۶ مقوله اصلی، ۲۴ مقوله فرعی و ۹۴ مفهوم شناسایی شد. نتایج بخش کمی نشان داد که این عوامل ۷۴ درصد بر دستاوردهای کارآفرینی شرکتی بین‌المللی اثرگذارند و به ترتیب عوامل سازمانی، بین‌المللی، فردی و ملی و ویژگی‌های صنعت بیشترین تا کمترین اثرگذاری را بر کارآفرینی شرکتی بین‌المللی دارند.
(Bashokouh & Pouramini, 2022)	تبیین مدل کارآفرینی دانشگاهی با استفاده از رویکرد سیستمی	مؤلفه‌های سیستم کارآفرینی دانشگاهی از درون داد (رفتار کارآفرینانه)، فرآیند (ویژگی کارآفرینان، فرهنگ و سبک رهبری) و برون داد (نتایج و دستاوردها) تشکیل می‌یابد.
(Sherafatinejad et al., 2020)	طراحی مدل کارآفرینی سازمانی در صنایع نساجی ایران	نتایج این مطالعه نمایانگر نقش شگرف عوامل ساختاری و محیطی موجود در صنایع نساجی و نیز استراتژی و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی بر صنایع نساجی بود.
(Gohari et al., 2020)	ارائه مدل معادله ساختاری ویژگی‌های شخصیتی رهبران تحول‌آفرین و مسئولیت‌پذیری اجتماعی؛ نقش واسطه‌گر کارآفرینی سازمانی	ویژگی‌های شخصیتی رهبران تحول‌آفرین به‌طور مستقیم پیش‌بینی کننده مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه‌ها بود و کارآفرینی سازمانی در این رابطه نقش واسطه‌گری معناداری را ایفاء کرد
(Saghari et al., 2020)	با ارائه مدل عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران	عامل سازمانی دارای شش مقوله نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی، زیرساخت‌ها و فرایندها، تشکیل مراکز بازاریابی، تحول کارآفرینی در دانشگاه، ارتقاء آموزش دانشگاهی و تغییرات مدیریتی، عامل محیطی دارای پنج مقوله فشارهای بیرونی، قوانین کسب‌وکار، ارتباط صنعت با دانشگاه، اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی و فرهنگ کارآفرینی در جامعه و عامل فردی دارای سه مقوله ویژگی‌های فردی دانشجویان، پرورش ویژگی‌های کارآفرینی و دسترسی به منابع هست.
(Shomali & Janani, 2020)	ارائه الگوی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر کارآفرینی فردی در مدیران باشگاه‌های ورزشی	نتایج تحقیقات نشان داد که می‌توان با افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی در افراد کارآفرینی را نیز در آن‌ها تقویت کرد.

۳- روش تحقیق

این پژوهش با هدف شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی با رویکرد مسئولیت اجتماعی در اداره کل آموزش‌وپرورش خراسان رضوی انجام شده است. روش‌شناسی پژوهش ترکیبی (آمیخته) شامل دو بخش کیفی و کمی است.

در بخش کیفی، ابتدا مبانی نظری کارآفرینی و مسئولیت اجتماعی مطالعه شد تا مؤلفه‌های مرتبط شناسایی شود. سپس، این مؤلفه‌ها برای تهیه پرسشنامه‌ای جامع مورداستفاده قرار گرفتند. روش دلفی فازی به کار گرفته شد که در دو مرحله انجام شد:

۱) مرحله اول: پرسشنامه حاوی مؤلفه‌های شناسایی‌شده تهیه و به خبرگان ارائه گردید که شامل اساتید دانشگاه، مدیران و معاونین اداره کل آموزش‌وپرورش و سایر صاحب‌نظران حوزه مربوطه بودند.

۲) مرحله دوم: نظرات خبرگان جمع‌آوری و تحلیل شد و پرسشنامه مجدداً به خبرگان ارسال شد تا مؤلفه‌ها پالایش و نهایی شوند.

خبرگان بر اساس روش نمونه‌گیری هدفمند و با معیارهایی چون تخصص در امور اجرایی، تجربه تدریس در حوزه مربوطه و دارا بودن مقالات معتبر و کتاب انتخاب شدند که تعداد آن‌ها ۵۲ نفر بود.

در بخش کمی، بر اساس مؤلفه‌های نهایی پالایش‌شده توسط خبرگان در مرحله کیفی، الگوی پژوهش طراحی شد. برای آزمون این الگو، پرسشنامه‌ای بین مدیران و کارکنان ستادی اداره کل آموزش‌وپرورش خراسان رضوی و مناطق هفت‌گانه مشهد توزیع گردید. جامعه آماری این بخش شامل ۳۵۰ نفر از کارکنان ستادی بود که نمونه آماری ۱۸۶ نفر تعیین و از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. برای سنجش کفایت نمونه‌گیری از شاخص کفایت نمونه‌گیری (KMO) استفاده شد. مقدار شاخص KMO برابر با ۰/۷۰۸ بود که بیشتر از ۰/۷ است، به این معنا که نمونه‌گیری انجام‌شده کافی و مناسب بوده است. این مقدار نشان‌دهنده آن است که آماره آزمون بارتلت دارای سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است که نشان‌دهنده کفایت نمونه‌گیری و مناسب بودن ماتریس همبستگی برای تحلیل عاملی داده‌ها است.

برای بررسی پایایی پرسشنامه از دو شاخص آلفای کرونباخ و پایایی مرکب استفاده شد. آلفای کرونباخ به‌منظور ارزیابی انسجام درونی سؤالات پرسشنامه به کار رفت و مقادیر به‌دست‌آمده نشان‌دهنده پایایی مناسب پرسشنامه بودند. پایایی مرکب نیز به‌عنوان یک شاخص تکمیلی برای ارزیابی پایایی به کار گرفته شد و نتایج آن نیز تأییدکننده پایایی مناسب ابزار پژوهش بود.

به‌منظور بررسی روایی همگرا، از شاخص واریانس استخراج‌شده (AVE) استفاده شد. این شاخص میزان واریانسی را که توسط سازه‌ها توضیح داده می‌شود، اندازه‌گیری می‌کند. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌دهنده آن بود که مقدار واریانس استخراج‌شده برای هر سازه بالاتر از حداقل مقدار توصیه‌شده ۰/۵ است که حاکی از روایی همگرای مناسب مقیاس‌ها است (Bahmani et al,. 2016).

بر اساس نتایج جدول **۲** می‌توان بیان کرد که شاخص KMO با مقدار ۰/۷۰۸ نشان‌دهنده کفایت نمونه‌گیری و شاخص‌های آلفای کرونباخ، پایایی مرکب و واریانس استخراج‌شده نیز نشان‌دهنده پایایی و روایی مناسب پرسشنامه بودند که تأییدکننده مناسب بودن ابزار جمع‌آوری داده‌ها برای تحلیل عاملی و آزمون الگوی پژوهش است (Balouchi et al,. 2021). داده‌های جمع‌آوری‌شده از پرسشنامه‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای آماری تحلیل شدند. روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) با نرم‌افزار Smart PLS برای آزمون الگوی پژوهش به کار گرفته شد که به محققان امکان بررسی روابط بین متغیرها و ارزیابی میزان تأثیر هر مؤلفه را می‌دهد.

روش دلفی فازی: دلفی فازی یکی از تکنیک‌های پژوهشی است که برای جمع‌آوری و تحلیل نظرات خبرگان در محیط‌های پیچیده و نامعین کاربرد دارد. در این پژوهش، دلفی فازی به‌منظور تأیید مفاهیم اولیه و غربالگری آن‌ها مورداستفاده قرار گرفت. در گام نخست، پرسشنامه‌ای شامل ۶۰ مفهوم پایه که از مطالعه مبانی نظری و پیشینه پژوهش استخراج‌شده بودند، تهیه شد. این پرسشنامه در اختیار ۵۲ خبره قرار گرفت. از خبرگان خواسته شد تا نظرات خود را در خصوص هر یک از این مفاهیم در قالب طیف پنج گزینه‌ای لیکرت ارائه دهند. این طیف شامل متغیرهای کلامی خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد بود. برای بیان نظرات خبرگان با رویکرد فازی، متغیرهای کلامی مذکور به اعداد فازی مثلثی تبدیل شدند. این اعداد فازی مثلثی به شکل زیر تعریف می‌شوند: خیلی کم (۰/۲۵، ۰، ۰)؛ کم (۰/۵، ۰/۲۵، ۰)؛ متوسط (۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)؛ زیاد (۱، ۰/۷۵، ۰/۵) و خیلی زیاد (۱، ۱، ۰/۷۵). این اعداد فازی مثلثی به‌عنوان مقادیر فازی اولیه برای تحلیل نظرات خبرگان استفاده شدند. هر یک از این اعداد فازی، شامل سه مقدار حداقل، میانگین و حداکثر است که محدوده عدم قطعیت نظر خبرگان را نشان می‌دهد. مضامین مذکور بر اساس جدول **۳** به شکل اعداد فازی مثلثی تعریف‌شده‌اند. در مرحله بعد، نظرات فازی خبرگان جمع‌آوری و با استفاده از روش‌های مختلف تجزیه‌وتحلیل فازی، نظرات تجمیع و تلفیق شدند.

جدول (۲): شاخص‌های پایایی و روایی پرسشنامه

متغیر / ابعاد	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب	واریانس استخراج‌شده

کارآفرینی	۲۷	۰/۸۴۵	۰/۸۷	۰/۵۱۷
مسئولیت اجتماعی	۳۳	۰/۸۱۲	۰/۸۵۵	۰/۵۸۴
فردی	۹	۰/۷۹۶	۰/۸۴۶	۰/۵۸۱
سازمانی	۹	۰/۷۳۸	۰/۸۱۱	۰/۵۲۸
اجتماعی	۹	۰/۷۱۳	۰/۷۹۴	۰/۵۱۱
اخلاقی	۹	۰/۷۳۶	۰/۸۰۹	۰/۵۲۳
اقتصادی	۹	۰/۸۰۶	۰/۸۵۴	۰/۵۹۹
قانونی	۹	۰/۸۱۰	۰/۸۵۹	۰/۵۰۷
بشردوستانه	۶	۰/۷۵۷	۰/۸۲۶	۰/۵۳۳

جدول (۳): اعداد فازی مثلثی متغیرهای کلامی

متغیرهای کلامی	عدد فازی مثلثی			عدد فازی قطعی شده (X)
	(α	β	m)	
خیلی زیاد	(۱	۱	۰/۷۵)	۰/۷۵
زیاد	(۱	۰/۷۵	۰/۵)	۰/۵۶۲۵
متوسط	(۰/۷۵	۰/۵	۰/۲۵)	۰/۳۱۲۵
کم	(۰/۵	۰/۲۵	۰)	۰/۰۶۲۵
خیلی کم	(۰/۲۵	۰	۰)	۰/۰۶۲۵

جدول (۴): آمار توصیفی خبرگان و نمونه آماری کمی (کارکنان) پژوهش

بخش خبرگان (۵۲ نفر)			بخش کارکنان (۱۸۶ نفر)		
خصوصیت	**موضوع**	**فراوانی**	**خصوصیت**	**موضوع**	**فراوانی**
جنسیت	مرد	۳۳	**جنسیت**	مرد	۱۳۱
	زن	۱۹		زن	۵۵
سن	زیر ۴۰ سال	۹	**سن**	کمتر از ۳۰ سال	۱۳
	از ۴۰ تا ۵۰ سال	۲۳		بین ۳۰ تا ۴۰ سال	۸۰
	بالای ۵۰ سال	۲۱		بین ۴۰ تا ۵۰ سال	۶۴
				بالای ۵۰ سال	۲۹
تحصیلات	کارشناسی ارشد	۱۵	**تحصیلات**	کارشناسی	۱۸
	دکتری	۳۸		کارشناسی ارشد	۱۲۴
				دکتری	۴۴
سابقه کار	زیر ۱۰ سال	۷	**سابقه کار**	از ۱ تا ۵ سال	۶
	بین ۱۰ تا ۱۵ سال	۱۸		از ۶ تا ۱۰ سال	۳۵
	بالای ۱۵ سال	۲۷		از ۱۱ تا ۱۵ سال	۷۱
				از ۱۶ تا ۲۰ سال	۵۲
				از ۲۱ تا ۲۵ سال	۲۲

جدول (۵): نتایج حدود و میانگین‌های فازی زدایی شده در دو مرحله (نظرات خبرگان)

ابعاد	مؤلفه‌ها	مفاهیم	مرحله اول دلفی	مرحله دوم دلفی	.	–

ابعاد	مؤلفه‌ها	مفاهیم	حد بالا	حد وسط	حد پایین	میانگین	حد بالا	حد وسط	حد پایین	میانگین	
فردی	نوآوری	به پیشرفت و نوآوری فردی در سازمان توجه می‌شود	۰،۰۳۶	۰،۶۸	۰،۶۷	۰،۹۲	۰،۹۸	۰،۶۵	۰،۶۳	۰،۸۸	۰،۹۴
		سازمان به دنبال ارتقای مدیریت دانش در کارکنان است	۰،۰۲۶	۰،۵۷	۰،۵۴	۰،۷۹	۰،۹	۰،۵۴	۰،۵۱	۰،۷۵	۰،۸۷
		بسترسازی نوآوری و یادگیری در سازمان ایجاد شده است	۰	۰،۶۲	۰،۶	۰،۸۵	۰،۹۳	۰،۶۲	۰،۶	۰،۸۵	۰،۹۳
		هیجان و تنوع در سازمان احساس می‌شود	۰،۰۵۳	۰،۶۶	۰،۶۴	۰،۸۹	۰،۹۷	۰،۶۱	۰،۵۹	۰،۸۳	۰،۹۲
	ریسک‌پذیری	مدیران و کارکنان تغییر محیط سازمانی را می‌پذیرند	۰،۰۴۳	۰،۶۶	۰،۶۴	۰،۸۹	۰،۹۸	۰،۶۲	۰،۵۹	۰،۸۴	۰،۹۴
		مدیران و کارکنان به کار در محیط‌های پرتنش علاقه دارند	۰،۰۲۶	۰،۶۳	۰،۶۱	۰،۸۶	۰،۹۴	۰،۶	۰،۵۸	۰،۸۲	۰،۹۱
		تفکر سیستماتیک میان مدیران وجود دارد	۰،۰۴	۰،۶۸	۰،۶۶	۰،۹۱	۰،۹۹	۰،۶۴	۰،۶۲	۰،۸۷	۰،۹۶
	استقلال‌طلبی	تفویض اختیار متناسب با پست سازمانی وجود دارد	۰،۰۴۳	۰،۶۴	۰،۶۲	۰،۸۷	۰،۹۶	۰،۶	۰،۵۷	۰،۸۱	۰،۹۲
		ارتباط مؤثر مدیران و کارکنان در سازمان وجود دارد	۰،۰۴۸	۰،۶۵	۰،۶۳	۰،۸۸	۰،۹۷	۰،۶	۰،۵۸	۰،۸۲	۰،۹۱
سازمانی	ساختار	هماهنگی لازم بین واحدهای سازمانی وجود دارد	۰،۰۲۹	۰،۷۲	۰،۷۲	۰،۹۷	۱	۰،۷	۰،۶۸	۰،۹۳	۰،۹۹
		طرح مناسب آموزش کارآفرینی توسط سازمان ایجاد شده است	۰،۰۵۳	۰،۶۷	۰،۶۵	۰،۹	۰،۹۷	۰،۶۲	۰،۶	۰،۸۵	۰،۹۳
	استراتژی	سیاست‌ها و خط‌مشی‌های دولت با فعالیت‌های کارآفرینانه تناسب دارد	۰،۰۴	۰،۶۹	۰،۶۷	۰،۹۲	۰،۹۹	۰،۶۵	۰،۶۳	۰،۸۷	۰،۹۵
		استراتژی روشن و منعطف کارآفرینی وجود دارد	۰،۰۲۹	۰،۶۸	۰،۶۶	۰،۹۱	۰،۹۹	۰،۶۵	۰،۶۳	۰،۸۸	۰،۹۵
		تفکر آینده‌نگر نسبت به کارآفرینی در سازمان قابل مشاهده است	۰	۰،۶۸	۰،۶۷	۰،۹۲	۰،۹۷	۰،۶۸	۰،۶۷	۰،۹۲	۰،۹۷
	حقوق و پاداش	مزایایی برای مأموریت روشن کارآفرینانه وجود دارد	۰،۰۲۶	۰،۶۷	۰،۶۵	۰،۹	۰،۹۷	۰،۶۴	۰،۶۲	۰،۸۷	۰،۹۴
		قوانین تشویقی جهت جذب برنامه‌های کارآفرینانه وجود دارد	۰،۰۱۹	۰،۷	۰،۶۹	۰،۹۴	۰،۹۹	۰،۶۸	۰،۶۷	۰،۹۲	۰،۹۷
	قوانین و مقررات	مشکلات و خلأهای مربوط به قانون رفع شده است	۰	۰،۶۴	۰،۶۲	۰،۸۷	۰،۹۶	۰،۶۴	۰،۶۲	۰،۸۷	۰،۹۶
		دستورالعمل مشخص برای انجام کلیه فعالیت‌های کارآفرینی وجود دارد	-۰،۰۰۴	۰،۶۱	۰،۵۹	۰،۸۳	۰،۹۱	۰،۶۱	۰،۵۹	۰،۸۳	۰،۹۱

ادامه **جدول (۵)**.

ابعاد	مؤلفه‌ها	مفاهیم	مرحله اول دلفی	مرحله دوم دلفی	۰ −

			حد بالا	حد وسط	حد پایین	میانگین	حد بالا	حد وسط	حد پایین	میانگین	
اجتماعی	**حمایت اجتماعی**	فرآیندهای کارآفرینی حمایت و تسهیل سازی شده است	۰،۰۱۳	۰،۶۷	۰،۶۵	۰،۹	۰،۹۷	۰،۶۶	۰،۶۴	۰،۸۹	۰،۹۶
		در سازمان از ایده‌های نوین حمایت می‌شود	۰،۰۵۳	۰،۵۹	۰،۵۶	۰،۸۱	۰،۹۳	۰،۵۴	۰،۵	۰،۷۴	۰،۸۷
		به ارزش‌های بالادستی توجه می‌گردد	۰،۰۱۳	۰،۶۶	۰،۶۴	۰،۸۹	۰،۹۵	۰،۶۵	۰،۶۳	۰،۸۷	۰،۹۴
	ارزش‌های اجتماعی	تعهدی درونی نسبت به کارآفرینی در سازمان وجود دارد	۰،۰۱۴	۰،۷	۰،۶۸	۰،۹۳	۰،۹۹	۰،۶۸	۰،۶۷	۰،۹۲	۰،۹۷
		نسبت به طرح‌های کارآفرینی در سازمان نظام پاسخگویی وجود دارد	۰،۰۱-	۰،۶۹	۰،۶۸	۰،۹۳	۰،۹۸	۰،۷	۰،۶۹	۰،۹۴	۰،۹۹
		به خلاقیت‌های مرتبط با کارآفرینی توجه می‌شود	۰،۰۱۴	۰،۶۲	۰،۶	۰،۸۵	۰،۹۴	۰،۶۱	۰،۵۹	۰،۸۲	۰،۹۱
		نگرش مثبت به کارآفرینی ایجاد شده است	۰،۰۳۱	۰،۶۶	۰،۶۴	۰،۸۹	۰،۹۸	۰،۶۳	۰،۶۱	۰،۸۶	۰،۹۵
		به مؤلفه‌های ارزشیابی در سازمان توجه می‌شود	۰،۰۴۱	۰،۶۵	۰،۶۳	۰،۸۸	۰،۹۶	۰،۶۱	۰،۵۹	۰،۸۳	۰،۹۲
		به تعالی سازمان توجه می‌شود	۰،۰۱۳	۰،۶۷	۰،۶۵	۰،۹	۰،۹۹	۰،۶۶	۰،۶۴	۰،۸۹	۰،۹۸
اخلاقی	**ارزش‌های اخلاقی**	به ارزش‌های سازمانی احترام گذاشته می‌شود	۰،۰۶۹	۰،۵۹	۰،۵۵	۰،۷۹	۰،۹۲	۰،۵۲	۰،۴۸	۰،۷۱	۰،۸۵
		تعهد اخلاقی، اعتماد و باورپذیری به سازمان وجود دارد	۰،۰۳۸	۰،۵۴	۰،۵۱	۰،۷۵	۰،۸۷	۰،۵۱	۰،۴۷	۰،۶۹	۰،۸۳
		از پیشرفت و توسعه سازمان اطلاع‌رسانی انجام می‌شود	۰،۰۳۷	۰،۶۳	۰،۶۱	۰،۸۵	۰،۹۳	۰،۵۹	۰،۵۷	۰،۸	۰،۹
		کمک و مساعدت به همکاران در محل کار	۰،۰۳۷	۰،۶	۰،۵۷	۰،۸۱	۰،۹۳	۰،۵۶	۰،۵۳	۰،۷۶	۰،۸۸
	پاسخگویی اجتماعی	مدیران بالادستی نسبت به وظایف پاسخگو هستند	۰،۰۶۱	۰،۶	۰،۵۷	۰،۸۱	۰،۹۲	۰،۵۴	۰،۵	۰،۷۴	۰،۸۷
		با ارباب‌رجوع با احترام برخورد می‌شود	۰،۰۷۳	۰،۶۴	۰،۶۲	۰،۸۶	۰،۹۴	۰،۵۶	۰،۵۳	۰،۷۷	۰،۸۸
		کارکنان به‌موقع در سرکار حضور دارند	۰،۰۳	۰،۷	۰،۶۹	۰،۹۴	۰،۹۹	۰،۶۷	۰،۶۵	۰،۹	۰،۹۷
	نگرش اخلاقی	در مورد مسائل مهم سازمان مشورت انجام می‌شود	۰،۰۰۷	۰،۶۸	۰،۶۶	۰،۹۱	۰،۹۹	۰،۶۷	۰،۶۵	۰،۹	۰،۹۹
		آگاهی و شناخت نسبت به مسائل اخلاقی در سازمان وجود دارد	۰،۰۱۴	۰،۶۳	۰،۶۱	۰،۸۶	۰،۹۴	۰،۶۲	۰،۵۹	۰،۸۴	۰،۹۴

ادامه **جدول (۵)**.

ابعاد	مؤلفه‌ها	مفاهیم	مرحله اول دلفی				مرحله دوم دلفی				اختلاف دو مرحله
			حد بالا	حد وسط	حد پایین	میانگین	حد بالا	حد وسط	حد پایین	میانگین	
اقتصادی	**حمایت از منافع سازمان**	برنامه‌های اقتصادی سازمان اثربخش است	۰،۰۱	۰،۶۶	۰،۶۴	۰،۸۹	۰،۹۷	۰،۶۵	۰،۶۳	۰،۸۸	۰،۹۵
		برنامه‌های اقتصادی سازمان کارایی دارد	- ۰،۰۲۸	۰،۵۵	۰،۵۲	۰،۷۵	۰،۸۷	۰،۵۸	۰،۵۵	۰،۷۸	۰،۸۹
		سیستم ارتقای انگیزش و مسئولیت‌پذیری اجتماعی وجود دارد	۰،۰۱-	۰،۶۶	۰،۶۴	۰،۸۸	۰،۹۶	۰،۶۷	۰،۶۵	۰،۹	۰،۹۸
	حمایت از منافع افراد	به حقوق دیگران احترام گذاشته می‌شود	۰،۰۰۴	۰،۶	۰،۵۷	۰،۸۲	۰،۹۴	۰،۶	۰،۵۷	۰،۸۲	۰،۹۴
		جایگاه افراد در سازمان به رسمیت شناخته می‌شود	۰،۰۵۸	۰،۶۴	۰،۶۳	۰،۸۷	۰،۹۳	۰،۵۸	۰،۵۶	۰،۷۹	۰،۸۸
		به استعداد پروری کارکنان توجه می‌شود	۰،۰۲۵	۰،۶۹	۰،۶۸	۰،۹۳	۰،۹۸	۰،۶۶	۰،۶۵	۰،۸۹	۰،۹۶
		به مهارت‌های فردی کارکنان حس اعتماد وجود دارد	۰،۰۱۸	۰،۷	۰،۶۹	۰،۹۴	۱	۰،۶۹	۰،۶۷	۰،۹۲	۰،۹۹
	حمایت از منافع جامعه	اهداف بلندمدت برای بهره‌وری اقتصادی وجود دارد.	۰،۰۲۲	۰،۶۹	۰،۶۷	۰،۹۲	۱	۰،۶۷	۰،۶۵	۰،۹	۰،۹۹
		برنامه‌های اقتصادی سازمان و جامعه هم‌راستا هستند	۰،۰۷	۰،۶۹	۰،۶۷	۰،۹۲	۰،۹۹	۰،۶۲	۰،۵۹	۰،۸۴	۰،۹۵
قانونی	**اجرای قانون**	از قوانین سازمانی پیروی می‌شود	۰،۰۱۹	۰،۶۵	۰،۶۳	۰،۸۸	۰،۹۶	۰،۶۳	۰،۶۱	۰،۸۶	۰،۹۴
		از قوانین فراسازمانی پیروی می‌شود	۰،۰۱۸	۰،۶۳	۰،۶۱	۰،۸۶	۰،۹۵	۰،۶۱	۰،۵۸	۰،۸۳	۰،۹۵
		به تصمیمات مدیران بالادستی احترام گذاشته می‌شود	۰،۰۲۶	۰،۶	۰،۵۷	۰،۸۲	۰،۹۲	۰،۵۷	۰،۵۴	۰،۷۸	۰،۸۸
	پرهیز از تبعیض قومیتی و جنسیتی	شایسته‌سالاری در سازمان وجود دارد	۰	۰،۶۵	۰،۶۲	۰،۸۸	۱	۰،۶۵	۰،۶۲	۰،۸۸	۱
		ارتقای صلاحیت‌های حرفه‌ای کارکنان در برنامه و اهداف تعریف شده است	۰،۰۱۳	۰،۶۵	۰،۶۳	۰،۸۸	۰،۹۵	۰،۶۴	۰،۶۲	۰،۸۶	۰،۹۴
		به فرم‌های ارزیابی سازمانی توجه می‌شود	۰،۰۳۷	۰،۶۵	۰،۶۳	۰،۸۸	۰،۹۶	۰،۶۱	۰،۵۹	۰،۸۳	۰،۹۲
		سیستم ارتقای سازمانی عادلانه وجود دارد	۰،۰۱	۰،۶۴	۰،۶۲	۰،۸۷	۰،۹۶	۰،۶۳	۰،۶۱	۰،۸۶	۰،۹۴
		به تفاوت‌های فردی توجه می‌شود	۰،۰۵۴	۰،۶۵	۰،۶۳	۰،۸۸	۰،۹۶	۰،۶	۰،۵۸	۰،۸۲	۰،۹۱
		ظرفیت‌های قانونی در زمینه استخدام بانوان وجود دارد	۰،۰۳۴	۰،۶۳	۰،۶۱	۰،۸۶	۰،۹۶	۰،۶	۰،۵۷	۰،۸۲	۰،۹۲

ادامه **جدول (۵)**.

ابعاد	مؤلفه‌ها	مفاهیم	مرحله اول دلفی: حد بالا	حد وسط	حد پایین	میانگین	مرحله دوم دلفی: حد بالا	حد وسط	حد پایین	میانگین	اختلاف دو مرحله
بشردوستانه	**محیط‌زیست**	تمهیدات پیشگیرانه برای حفظ محیط‌زیست وجود دارد	۰،۰۱۴	۰،۶۹	۰،۶۷	۰،۹۲	۰،۹۹	۰،۶۷	۰،۶۶	۰،۹	۰،۹۷
		برنامه بلندمدت حفظ محیط‌زیست وجود دارد.	۰،۰۱۹	۰،۶۸	۰،۶۶	۰،۹۱	۰،۹۸	۰،۶۶	۰،۶۴	۰،۸۹	۰،۹۶
		از حذف عوارض نامطلوب محیط‌زیستی حمایت می‌شود	۰،۰۳۸	۰،۶۶	۰،۶۳	۰،۸۸	۰،۹۷	۰،۶۲	۰،۶	۰،۸۳	۰،۹۲
	حفظ منابع	منابع برای نسل آینده حفظ می‌شود	۰،۰۳۶	۰،۷۲	۰،۷۱	۰،۹۶	۱	۰،۶۹	۰،۶۷	۰،۹۲	۰،۹۷
		منافع فعلی به طرز بهینه مورد استفاده قرار می‌گیرد.	۰،۰۵۳	۰،۶۷	۰،۶۵	۰،۹	۰،۹۷	۰،۶۱	۰،۵۹	۰،۸۳	۰،۹۲
		نگرش بشردوستانه نسبت به هزینه کرد و استفاده از منابع سازمان وجود دارد	۰،۰۴۹	۰،۶۵	۰،۶۳	۰،۸۸	۰،۹۶	۰،۶	۰،۵۸	۰،۸۲	۰،۹۲

این فرآیند به‌منظور دستیابی به یک توافق گروهی و پالایش مفاهیم اولیه انجام شد. برای به دست آوردن میانگین نظرات خبرگان و تجزیه‌وتحلیل آن‌ها، محاسبات فازی انجام شد. این فرآیند شامل محاسبه میانگین فازی و میانگین فازی زدایی شده است که بر اساس روابط زیر انجام شد. برای به دست آوردن میانگین فازی (بر اساس روابط ۱ و ۲) و میانگین فازی زدایی شده (بر اساس رابطه مینکووسکی در رابطه (۳) انجام شد.

$$(a_1^i, a_2^i, a_3^i)i = 1,2,3,\dots n = A_i \quad (۱)$$

در رابطه فوق A_i و n به ترتیب نشان‌دهنده دیدگاه خبره i ام و تعداد خبرگان است.

$$A_{avg} = (m_1, m_2, m_3) = (\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} a_1^i, \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} a_2^i, \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} a_3^i) \quad (۲)$$

که A_{avg} نشان‌دهنده میانگین نظرات خبرگان است.

$$\chi = m + \frac{\beta - \alpha}{4} \quad (۳)$$

x بیانگر میانگین فازی زدایی شده است. درنهایت، مفاهیمی که دارای بالاترین توافق میان خبرگان بودند، به‌عنوان مؤلفه‌های نهایی انتخاب شدند.

۴- یافته‌های تحقیق

آمار توصیفی: در این پژوهش از نظرات ۵۲ خبره به‌منظور بخش کیفی (روش دلفی فازی) و ۱۸۶ نفر از مدیران و کارکنان در بخش کمی استفاده شد. آمار توصیفی خبرگان در جدول **۴** ارائه‌شده است.

روش دلفی فازی: در مرحله اول طرح دلفی، پرسشنامه‌ای شامل ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های پیشنهادی از سوی محقق برای سنجش مدل کارآفرینی با رویکرد مسئولیت اجتماعی در اختیار گروه خبرگان قرار داده شد تا نظر خود را پیرامون اهمیت حضور گویه‌های ذکرشده ارائه دهند. از اعضای گروه خبرگان درخواست شد تا موافقت و مخالفت خود را نسبت به این گویه‌های مطرح‌شده در مدل تحقیق بیان کنند. در ادامه، آن دسته از ابعاد که امتیاز مثبت بالاتر از ۰/۵ داشتند، در مطالعه باقیمانده و برای مرحله دوم دلفی وارد بررسی شدند.

در مرحله دوم نظرسنجی، نظرهای قبلی هر خبره و میزان اختلاف آن با دیدگاه سایر خبرگان، همراه با پرسشنامه‌ای بار دیگر برای اعضای گروه خبره ارسال شد. بر اساس نظر چنگ لین و همکارانش، چنانچه اختلاف بین دو مرحله نظرسنجی کمتر از حد آستانه خیلی کم ۰/۱ باشد، فرآیند نظرسنجی متوقف می‌شود. بدین ترتیب، با توجه به منطق

فازی مورد استفاده در این پژوهش، مقادیر فازی مثلثی نظرات خبرگان بر اساس معادل‌های فازی کلامی مندرج در جدول **۵** در مراحل اول و دوم محاسبه شد. میانگین فازی و اعداد فازی زدایی شده تعیین گردیدند. از آنجا که میزان اختلاف‌نظر خبرگان بین دو مرحله اول و دوم اجرای دلفی کمتر از حد آستانه خیلی کم ۰/۱ بود، نظرسنجی در مرحله دوم متوقف شد. درنهایت، شاخص‌های ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی با رویکرد مسئولیت اجتماعی در اداره کل آموزش و پرورش مطابق با جدول **۵** به دست آمد و بر اساس آن الگوی شکل **۱** ترسیم شد.

تعیین روش آزمون: با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، می‌توان نرمال بودن یا یکنواخت بودن توزیع داده‌ها را تعیین کرد. جدول زیر مقدار K-S را نشان می‌دهد. با توجه به اینکه آزمون K-S جزء آزمون‌های ناپارامتریک است، مقدار سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ به معنای غیر نرمال بودن توزیع داده‌ها است. خروجی جدول زیر نشان می‌دهد که مقادیر P در این آزمون کمتر از ۰/۰۵ هستند. فرضیه صفر در آزمون K-S بیان می‌کند که داده‌ها از توزیع موردنظر پیروی می‌کنند. از طریق این آزمون، نوع روش تجزیه‌وتحلیل و بررسی فرضیه مشخص می‌شود که در اینجا نشان‌دهنده ناپارامتریک بودن روش تحلیل است.

جدول (۶): آزمون کلموگروف – اسمیرنوف

متغیر و مؤلفه‌های آن	K-S	سطح معناداری
فردی	۳/۴۴۹	۰/۰۰۰
سازمانی	۲/۷۹۴	۰/۰۰۰
اجتماعی	۰/۹۱۵	۰/۰۳۷
اخلاقی	۲/۰۲۰	۰/۰۰۱
اقتصادی	۳/۴۷۲	۰/۰۰۰
قانونی	۲/۴۰۴	۰/۰۰۰
بشردوستانه	۱/۹۴۳	۰/۰۰۱

روایی واگرا: روایی واگرا نیز توانایی یک مدل اندازه‌گیری را در میزان افتراق مشاهده پذیرهای متغیر پنهان آن مدل با سایر مشاهده پذیرهای موجود در مدل می‌سنجد و درواقع مکمل روایی همگرا است که از طریق آزمون فورنل لارکر سنجیده می‌شود. قطر این جدول باید از اعداد زیرین و سمت راست بزرگ‌تر باشد (Balouchi et al., 2023).

۴-۱- بررسی فرضیات پژوهش (مدل معادلات ساختاری): آزمون الگوی کارآفرینی بر مبنای مسئولیت اجتماعی

برای آزمون فرضیات از معناداری ضرایب مسیر استفاده شده است. برای به دست آوردن T آماری نیز از آزمون بوت‌استراپ با ۵۰۰۰ تکرار استفاده شده است. هر ضریب مسیر در مدل ساختاری PLS را می‌توان معادل یک ضریب بتای استاندارد شده در رگرسیون‌های کمترین مربعات معمولی در نظر گرفت. متغیر مسئولیت اجتماعی به‌عنوان مکنون برون‌زا و متغیر کارآفرینی مکنون درون‌زا در نظر گرفته شده‌اند.

برای برازش مدل از شاخص‌های استاندارد استفاده شد. بر همین اساس مقدار SRMR برابر ۰/۰۴۱ بود که باید کمتر از ۰/۰۸ باشد و این شرط برقرار است. مقدار NFI برابر ۰/۸۱۰ باید نزدیک به یک باشد که این مقدار نیز قابل پذیرش هست. مقدار Gof معیاری برای سنجش عملکرد کلی مدل به کار می‌رود. این شاخص به‌صورت میانگین R2 و متوسط مقادیر اشتراکی به‌صورت دستی محاسبه می‌شود. حدود شاخص Gof بین صفر و یک بوده و یکی از سه مقدار ۰/۰۱ و ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به ترتیب به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی می‌باشد. متوسط مقادیر اشتراکی این مدل ۰/۷۵۳ و میانگین R2 برابر با ۰/۴۱۱ است که نهایتاً شاخص GOF این مدل، مقدار ۰/۳۰۹ به‌دست‌آمده است که بیانگر مقداری متوسط و مطلوب کلی مدل می‌باشد. درنهایت اینکه ابعاد مسئولیت اجتماعی به‌طورکلی با مقدار ۰/۶۱۶= R2 با نرخ ۶۲ درصد بر توسعه کارآفرینی تأثیرگذار است.

جدول (۷): میزان اعتبار مدل ارتقای قابلیت‌های سازمانی با رویکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی

رابطه	R	R^2	T	سطح معناداری	نتیجه	میزان تأثیر
مسئولیت اجتماعی بر کارآفرینی	۰/۷۸۵	۰/۶۱۶	۱۲/۵۹۴	۰/۰۰۱	تأیید	۶۲ درصد

۵- بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق مبنی بر شناسایی ابعاد مدل توسعه کارآفرینی نشان داد کارآفرینی دارای سه بعد (فردی، سازمانی و اجتماعی) و ۹ مؤلفه (نوآوری، ریسک‌پذیری، استقلال طلبی، ساختار، استراتژی، حقوق و پاداش، قوانین و مقررات، حمایت اجتماعی، ارزش‌های اجتماعی) هست؛ که با تحقیقات ابراهیمی (Ebrahimi, 2022)، باشکوه و پورامینی (Bashokouh & Pouramini, 2022)، (Sherafatinejad et al,. 2020)، حسینی گوهری و همکاران (Gohari et al., 2018)، (Saghari et al,. 2018)، (Mestre et al,. 2021)، (Shaikh, 2017) در یک راستا است. با بررسی مبانی نظری تحقیق و نتایج دیگر محققان به نظر می‌رسد قرار گرفتن در مسیر توسعه و دستیابی به توسعه پایدار، امروزه به یکی از آرمان‌های جوامع بشری تبدیل شده است. سازمان‌های جهانی مانند یونسکو راه‌های کلی برای رسیدن به این توسعه ارائه کرده‌اند. در کشورهای درحال‌توسعه، اشتغال تحصیل‌کردگان اهمیت زیادی دارد و کاهش وابستگی به دولت از طریق کارآفرینی مهم‌ترین راه‌حل است.

کارآفرینی از حدود سیصد سال پیش توسط اقتصاددانان فرانسوی مطرح شده و تعاریف مختلفی از آن ارائه‌شده است. کارآفرین کسی است که خلاق، پیشرو، ریسک‌پذیر و آینده‌نگر است و توانایی ایجاد اشتغال و ثروت را دارد. ریچارد کانتیلون کارآفرینی را ریسک کردن برای سوددهی می‌داند و ریچارد گوردون بتی آن را تمرکز بر اقدام تعریف می‌کند. نیاز به استقلال از ویژگی‌های بارز کارآفرینان است که آن‌ها را برای رسیدن به اهداف و رؤیاهایشان ترغیب می‌کند. کارآفرینان ایده‌ها را به فرصت‌های اقتصادی تبدیل می‌کنند و با نوشتن طرح تجاری، بازار محصول یا خدمت، مسائل حقوقی و قانونی، تأمین سرمایه و مدیریت کسب‌وکار را مدیریت می‌کنند.

دو رویکرد شخصیتی و رفتاری به کارآفرینی وجود دارد؛ در رویکرد شخصیتی، ویژگی‌های فردی کارآفرین بررسی می‌شود و در رویکرد رفتاری، رفتارهای او در فرآیند راه‌اندازی کسب‌وکار مدنظر است.

درنهایت، کارآفرینی فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها با پذیرش ریسک‌های مختلف برای کسب سود، توفیق، رضایت شخصی و استقلال است. امروزه می‌دانیم که صفات کارآفرینی می‌توانند از طریق آموزش و محیط مناسب شکل بگیرند و تنها ذاتی نیستند.

نتایج تحقیق مبنی بر شناسایی ابعاد مدل مسئولیت اجتماعی نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارای چهار بعد (اخلاقی، اقتصادی، قانونی و بشردوستانه) و ۱۰ مؤلفه است که با تحقیقات (Moradzadeh et al,. 2024) در یک راستا است. با بررسی مبانی نظری تحقیق و نتایج دیگر محققان به نظر می‌رسد مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها دربرگیرنده اقتصاد، قانون، اخلاقیات و انتظارات بشردوستانه واحدهای تجاری است که به کلیه این فاعلان تعمیم می‌یابد. در اینجا، فاعلان به‌عنوان هر فرد یا گروهی که می‌توانند بر فعالیت‌ها، تصمیمات، سیاست‌ها، رویه‌ها یا اهداف سازمان اثرگذارند، تعریف‌شده‌اند. برخی از محققان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را به‌عنوان فعالیت‌هایی تعریف می‌کنند که به‌منظور پیشرفت بعضی از اهداف مالی هستند، انجام می‌دهند. همچنین، مسئولیت اجتماعی به‌عنوان تعهد مستمر سازمان برای رفتار اخلاقی و همکاری در پیشرفت اقتصادی و ارتقای کیفیت زندگی نیروی کار، خانواده‌ها و جامعه محلی تعریف شده است. در علم مدیریت، مسئولیت اجتماعی بخشی از اخلاق کار محسوب می‌شود و به‌عنوان اخلاقیات فرا سازمانی شناخته می‌شود. سازمان‌ها زمانی به تعهدات اجتماعی خود عمل می‌کنند که به مسئولیت‌های قانونی و اقتصادی خود پایبند باشند. بسیاری معتقدند که مسئولیت اجتماعی بر موفقیت یا شکست سازمان تأثیرگذار است. توجه به نیازهای جامعه، اخلاق‌گرایی و محیط‌زیست از موارد مهم برای مشتریان امروزی است. همچنین، تغییر استراتژیک و بهبود شرایط سازمان در محیط رقابتی امروز موجب تغییر رویه سریع سازمان‌ها شده است.

نتایج تحقیق مبنی بر شناسایی ابعاد مدل مسئولیت اجتماعی نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارای چهار بعد (اخلاقی، اقتصادی، قانونی و بشردوستانه) و ۱۰ مؤلفه (ارزش‌های اخلاقی، پاسخگویی، نگرش، منافع سازمان، منافع افراد، منافع جامعه، اجرای قانون، پرهیز از تبعیض، محیط‌زیست و حفظ منابع) بود. با بررسی مبانی نظری تحقیق و نتایج دیگر محققان به نظر می‌رسد که مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها شامل اصولی نظیر کرامت انسانی، اخلاق، رفتار منصفانه با نیروی انسانی، ارتباط با

جامعه و حفاظت از محیط‌زیست است. این اصول، علاوه بر اخلاقی بودن، برای بقای بلندمدت سازمان‌ها در جامعه ضروری هستند. سازمان‌ها با رفتارهای مسئولانه، از جامعه مشروعیت کسب کرده و از مزایای آن بهره‌مند می‌شوند. سازمان‌ها متوجه شده‌اند که بهبود شرایط جوامع محلی در بلندمدت به نفع خودشان و جوامع است؛ بنابراین، آن‌ها به ایجاد روابط سودآور دوجانبه با جامعه و توجه به فرهنگ و نیازهای محلی می‌پردازند. سازمان‌هایی که برای توسعه اقتصادی و مشارکت با جوامع محلی ارزش قائل هستند، با نهادهای بهداشتی، آموزشی، ایمنی و توسعه اقتصادی همکاری می‌کنند.

برای دستیابی به رویکرد بلندمدت و سودمند مسئولیت‌پذیری اجتماعی، این مفهوم باید در فعالیت‌ها و تصمیمات روزمره سازمان یکپارچه شود و به‌عنوان یک فعالیت روابط عمومی در نظر گرفته نشود. همچنین، شناسایی، اندازه‌گیری و گزارش دهی تأثیرات محصولات، خدمات و فعالیت‌های سازمان بسیار مهم است. پیشنهاد می‌شود مدیران آموزش‌وپرورش با تمرکز بر نوآوری فردی، بهبود مدیریت دانش، ایجاد بستر نوآوری و یادگیری، تفویض اختیارات، هماهنگی واحدهای سازمانی و آموزش کارآفرینی، به توسعه کارآفرینی و نهادینه‌سازی مسئولیت اجتماعی (اخلاقی، اقتصادی، قانونی و بشردوستانه) در سازمان بپردازند. همچنین، با ایجاد اعتماد به مهارت‌های کارکنان، رعایت قوانین، تضمین شایسته‌سالاری و ارتقای صلاحیت‌های حرفه‌ای، مفاهیم مسئولیت اجتماعی را بهبود بخشند.

نتایج تحقیق در سؤال اصلی پژوهش مبنی بر میزان تأثیر هر یک از ابعاد مسئولیت اجتماعی بر ابعاد توسعه کارآفرینی نشان داد ابعاد مسئولیت اجتماعی به‌طورکلی با مقدار $R^2 =$ ۰/۶۱۶ با نرخ ۶۲ درصد بر توسعه کارآفرینی تأثیرگذار است که با تحقیقات (Moradzadeh et al,. 2024)، (Shamali et al,. 2018)، (Mestre et al,. 2021) در یک راستا است. با بررسی مبانی نظری تحقیق و نتایج دیگر محققان می‌توان این‌گونه برداشت که مسئولیت‌پذیری به معنای قبول یا رد کاری است که به فرد محول می‌شود و با وظیفه که باید حتماً انجام گیرد، تفاوت دارد. مسئولیت‌پذیری انتخابی آگاهانه است و کودکی که از ابتدا استقلال داشته باشد، آمادگی بیشتری برای پذیرش مسئولیت خواهد داشت. این ویژگی بخشی از رشد شخصیت کودک است که از سن دو تا سه‌سالگی آغاز می‌شود. والدین باید الگوی مسئولیت‌پذیری را به کودک بیاموزند، زیرا بعد از هجده‌سالگی تغییر شخصیت فرد دشوار است.

کارآفرینان با داشتن روحیه استقلال و اتکا به توانایی‌ها و مهارت‌های خود، کسب‌وکار ایجاد کرده و مسئولیت تمامی فعالیت‌های خود را بر عهده می‌گیرند. از دیدگاه کایزنر، کارآفرینان با بهره‌برداری از فرصت‌ها در شرایط عدم تعادل اقتصادی، اقتصاد را به تعادل می‌رسانند. کارآفرینی فرآیند پویای تولید ثروت است و کارآفرینان با پذیرش ریسک‌های بزرگ و ایجاد ارزش برای محصولات و خدمات، ثروت تولید می‌کنند. کشورهای مختلف و اندیشمندان، کارآفرینی را موتور توسعه می‌دانند و تلاش می‌کنند از این اهرم برای ایجاد توسعه و رفاه استفاده کنند. محیط فرهنگی کارآفرینانه از عوامل مهم در ترویج کارآفرینی و توسعه کشور است. هدف آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و کاردانش نیز کاربردی کردن آموزش‌ها و ارائه دانش و مهارت‌های موردنیاز بازار کار برای اشتغال دانش‌آموختگان است.

با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهادهای راهبردی کلی برای شناسایی و تقویت ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی با رویکرد مسئولیت اجتماعی در اداره کل آموزش‌وپرورش خراسان رضوی به شرح زیر است:

۱) توسعه فرهنگ نوآوری و کارآفرینی از طریق برگزاری برنامه‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی برای معلمان و کارکنان در زمینه نوآوری، ریسک‌پذیری و استقلال‌طلبی و همچنین ایجاد سیستم‌های تشویقی و حمایتی برای ارائه و اجرای ایده‌های نوآورانه و پروژه‌های کارآفرینی صورت گیرد.

۲) ایجاد ساختارهای حمایتی و بهبود قوانین داخلی از طریق راه‌اندازی واحدهای مشاوره و پشتیبانی برای راهنمایی در زمینه کارآفرینی و مسئولیت اجتماعی و بازنگری و اصلاح قوانین و مقررات داخلی به‌منظور تسهیل فرآیندهای کارآفرینی و افزایش شفافیت و پاسخگویی.

۳) تدوین و اجرای استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی شامل طراحی و پیاده‌سازی برنامه‌های جامع با تمرکز بر چهار بعد اخلاقی، اقتصادی، قانونی و بشردوستانه و همچنین افزایش آگاهی و تبیین

اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طریق برنامه‌های آموزشی و همایش‌ها.

۴) پایش و ارزیابی مستمر و توسعه همکاری‌ها شامل ایجاد سیستم‌های نظارتی برای پایش عملکرد و ارزیابی تأثیرات برنامه‌های کارآفرینی و مسئولیت اجتماعی و تشویق به همکاری‌های بین بخشی و تبادل دانش و تجربه با سایر سازمان‌ها و نهادهای مرتبط.

۵) ترویج شایسته‌سالاری و پرهیز از تبعیض از طریق تضمین شایسته‌سالاری در انتصاب‌ها و ترفیعات، جلوگیری از هرگونه تبعیض در محیط کار و تدوین سیاست‌های مناسب برای ارتقای صلاحیت‌های حرفه‌ای و فراهم‌سازی فرصت‌های برابر برای تمامی کارکنان.

نتایج پژوهش ممکن است به دلیل انتخاب نمونه‌ها از میان مدیران و متخصصان خاص استان خراسان رضوی، نمایانگر تمامی دیدگاه‌ها و تجربیات مختلف در سراسر کشور نباشد؛ بنابراین، نتایج ممکن است به‌طور کامل قابل‌تعمیم به دیگر مناطق و سازمان‌ها نباشد. برای بهبود تعمیم‌پذیری نتایج، انجام پژوهش‌های مشابه در مناطق جغرافیایی و سازمان‌های مختلف در سطح ملی پیشنهاد می‌شود. این کار می‌تواند به شناسایی و تحلیل تنوع بیشتری از دیدگاه‌ها و تجربیات کمک کند.

۶- مراجع

Bahmani, A., Mahdavi Rad, M. R., & Balouchi, H. (2016). The effect of organizational cynicism on the quality of the offered services with organizational commitment moderated. *Public Management Researches*, 9(31), 161-185. DOI: https://doi.org/10.22111/jmr.2016.2518

Balouchi, H., & Nematolahi, M. (2021). Investigating the Role of Cultural Intelligence of Handmade Carpet Sellers in Tourism Development with Purchasing Regime and Fair Pricing Approach. *Consumer Behavior Studies Journal*, 8(1), 105-132. DOI: https://doi.org/10.35066/J040.2019.918

Balouchi, H., Mehrasa, H., & Moloudian, H. (2023). Investigating the moderating role of dynamic organizational environment in the relationship between dynamic organizational capabilities, performance, and competitive advantage. *Journal of Systems Engineering and Productivity, 3*(3), 1–32. DOI: https://doi.org/10.22034/msb.2023.711488

Bashokouh, M., & Pouramini, Z. (2022). Explaining the model of academic entrepreneurship using a systemic approach (Case study: University of Mohaghegh Ardabili). *Research in Educational Systems, 16*(56), 11–25 (In Persian).

Chandra, Y., Lee, E. K. M., & Tjiptono, F. (2021). Public versus private interest in social entrepreneurship: Can one serve two masters? *Journal of Cleaner Production, 280*, 124499. DOI: https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124499

Diaz-Sarachaga, J. M., & Ariza-Montes, A. (2022). The role of social entrepreneurship in the attainment of the sustainable development goals. *Journal of Business Research, 152*, 242–250. DOI: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.07.061

Douglas, E., & Prentice, C. (2019). Innovation and profit motivations for social entrepreneurship: A fuzzy-set analysis. *Journal of Business Research, 99*, 69–79. DOI: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.017

Ebrahimi, J., Azizi, M., & Pourmehdi, K. (2012). The international corporate entrepreneurship model of the Iranian mobile operators. *Journal of Intelligent Business Management Studies, 10*(40). DOI: https://doi.org/10.22054/ims.2022.63300.2044

Epure, M. (2022). Corporate social responsibility as a signaling technology. *Review of Managerial Science, 16*, 907–930. DOI: https://doi.org/10.1007/s11846-021-00472-x

Gallardo-Vázquez, D., Herrador-Alcaide, T. C., & de la Cruz Sánchez-Domínguez, J. (2023). Developing a measurement scale of corporate socially responsible entrepreneurship in sustainable management. *Review of Managerial Science*. DOI: https://doi.org/10.1007/s11846-023-00658-5

Harjoto, M. A. (2012). Corporate governance and CSR nexus. *Journal of Business Ethics, 100*(1), 45–67. DOI: https://doi.org/10.1007/s10551-011-0762-6

Kamaludin, M. F., Xavier, J. A., & Amin, M. (2024). Social entrepreneurship and sustainability: A conceptual framework. *Journal of Social Entrepreneurship, 15*(1), 26–49.

Kaushik, V., Tewari, S., Sahasranamam, S., & Hota, P. K. (2023). Towards a precise understanding of social entrepreneurship: An integrated bibliometric–machine learning based review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change, 191*, 122516. DOI: https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122516

Klarin, A., & Suseno, Y. (2023). An integrative literature review of social entrepreneurship research: Mapping the literature and future research directions. *Business & Society, 62*(3), 565–611. DOI: https://doi.org/10.1177/0007650322110161

Kraus, S., Burtscher, J., Vallaster, C., & Angerer, M. (2018). Sustainable entrepreneurship orientation: A reflection on status-quo research on factors facilitating responsible managerial

individual entrepreneurship among managers of sports clubs in Tabriz. *Research in Physical Education and Sports Science, 1*(3), 73–84 (In Persian).

Sottini, A. C. M., Zupic, I., & Giudici, A. (2024). Social entrepreneurship and social innovation: A bibliometric review and research agenda. *European Management Journal*. DOI: https://doi.org/10.1016/j.emj.2024.03.006

practices. *Sustainability, 10*(2), 444. DOI: https://doi.org/10.3390/su10020444

Latapí Agudelo, M. A., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility, 4*(1), 1–23. DOI: https://doi.org/10.1186/s40991-018-0039-y

Leitão, M. E., Amaral, M., & Carvalho, A. (2024). Reconceptualizing socio-tech entrepreneurship: A systematic literature review and research agenda. *Technovation, 134*, 103018. DOI: https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.103018

Mestre, L. V., Pérez, M. G., & Jiménez-Jiménez, D. (2021). Effects of social entrepreneurship on organizational performance: The mediating role of corporate social responsibility. In *Knowledge Management for Corporate Social Responsibility*. DOI: https://doi.org/10.4018/978-1-7998-4833-2.ch005

Moradzadeh, M., Keshtegar, A. A., & Imani, A. (2024). Designing a model for explaining the social responsibilities of universities with a social entrepreneurship approach. *International Journal of Nonlinear Analysis and Applications, 15*(5), 57–75. DOI: https://doi.org/10.22075/ijnaa.2022.29363.4135

Rosário, A. T., & Figueiredo, J. (2024). Sustainable entrepreneurship and corporate social responsibility: Analysing the state of research. *Sustainable Environment, 10*(1), 2324572. DOI: https://doi.org/10.1080/27658511.2024.2324572

Rosário, A. T., Raimundo, R. J., & Cruz, S. P. (2022). Sustainable entrepreneurship: A literature review. *Sustainability, 14*(9), 5556. DOI: https://doi.org/10.3390/su14095556

Roslan, M. H. H., Hamid, S., Ijab, M. T., Yusop, F. D., & Norman, A. A. (2022). Social entrepreneurship in higher education: Challenges and opportunities. *Asia Pacific Journal of Education, 42*(3), 588–604. DOI: https://doi.org/10.1080/02188791.2020.1859354

Saghari, F., Ali Esmaeili, A., & Hosseinzadeh, B. (2018). Presenting a model of factors affecting academic entrepreneurship in Islamic Azad Universities of Mazandaran Province. *Journal of Educational Leadership and Management, 12*(2), 91–106 (In Persian).

Shaikh, M. (2017). A study of entrepreneurship awareness and its impact on entrepreneurial intention among management students. *12th Biennial Conference on Entrepreneurship*.

Sherafatinejad, A. A., Sajadi, S. M., Ghasemi, H. R., Shahidi, S., Ali Miri, M., & Mousavi Shushtari, S. A. (2020). Designing a model of organizational entrepreneurship in Iran's textile industry. *Journal of Innovation and Value Creation, 15*(8), 93–108 (In Persian).

Shomali, S., & Janani, H. (2018). Presenting a model of the impact of social responsibility on